

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
KAMPUNG JAMUR TIRAM TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PT.
CAMPINA *ICE CREAM INDUSTRY* DI RW 10 KELURAHAN KARAH
SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nanda Cynthia Lestari

NRP.1423015071

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2018

SKRIPSI

PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* KAMPUNG JAMUR TIRAM TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PT. CAMPINA *ICE CREAM INDUSTRY* DI RW 10 KELURAHAN KARAH SURABAYA

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Nanda Cynthia Lestari

NRP.1423015071

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2018

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Nanda Cynthia Lestari

NRP : 1423015071

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Kampung Jamur Tiram terhadap *Corporate Image* PT. Campina Ice Cream Industry di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiarasi maka saya rela gelar saya dicabut.

Surabaya, 20 Desember 2018

Penulis



Nanda Cynthia Lestari

NRP. 1423015071

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
KAMPUNG JAMUR TIRAM TERHADAP *CORPORATE IMAGE* PT.
CAMPINA *ICE CREAM INDUSTRY* DI RW 10 KELURAHAN
KARAH SURABAYA**

Oleh :

Nanda Cynthia Lestari

NRP. 1423015071

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom.

NIK. 142.10.0651



Pembimbing II: Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIK. 142.15.0849



Surabaya, 28 November 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada 11 Desember 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si.

NIK. 142.10.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.

NIK. 142.10.0659

2. Sekretaris : Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom.

NIK. 142.10.0651

3. Anggota : Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si.

NIK. 142.10.0647

4. Anggota : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIK. 142.15.0894

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Nanda Cynthia Lestari

NRP : 1423015071

Menyetujui Skripsi saya

Judul : **Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Kampung
Jamur Tiram terhadap *Corporate Image* PT. Campina Ice
Cream Industry di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Desember 2018

Yang menyatakan,



Nanda Cynthia Lestari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunianya peneliti dapat menyelesaikan sebuah skripsi yang berjudul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Kampung Jamur Tiram terhadap *Corporate Image* PT. Campina *Ice Cream Industry* di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya”. Tidak lupa juga peneliti bersyukur karena memiliki banyak orang-orang berpengaruh di sekitar peneliti yang selalu mendukung dan memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Selama proses menyelesaikan skripsi, kedisiplinan, tanggung jawab, dan pantang menyerah merupakan sebuah kunci agar peneliti dapat menjalaninya.

“You never fail until you stop trying”

(“Kamu tidak akan pernah gagal hingga kamu berhenti mencoba”)

Surabaya, 28 November 2018

Nanda Cynthia Lestari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunianya peneliti dapat menyelesaikan sebuah skripsi yang berjudul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Kampung Jamur Tiram terhadap *Corporate Image* PT. Campina *Ice Cream Industry* di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya”.

Selain bermodalkan tanggung jawab, kedisiplinan, serta asas pantang menyerah dari peneliti, tentunya ada orang-orang berpengaruh yang membantu peneliti untuk menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Adi Sumertha dan Sukawati Tjia sebagai kedua orang tua peneliti. Terima kasih atas segala bantuan baik berupa materi maupun *support* yang selalu senantiasa Papa dan Mama berikan hingga peneliti tetap kuat dan semangat untuk menjalani setiap proses perkuliahan.
2. Ade Regina Maheswari sebagai adik kandung peneliti. Terima kasih sudah mau banyak meluangkan waktu untuk selalu menghibur dan mendukung peneliti dalam keadaan apapun.
3. Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing I peneliti. Terima kasih sudah mau memberi dukungan dan kesabaran untuk membimbing hingga peneliti dapat melewati proses penyelesaian skripsi mulai dari awal hingga akhir. Terima kasih sudah mau menyadarkan peneliti apabila masih ada kalimat yang kurang pas di dalam skripsi ini.

4. Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Dosen Pembimbing II peneliti. Terima kasih sudah mau memberi dukungan dan kesabaran untuk membimbing hingga peneliti dapat melewati proses penyelesaian skripsi mulai dari awal hingga akhir. Terima kasih sudah memeriksa dengan sangat teliti hal-hal berbaur teknis pada skripsi ini.
5. Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si., dan Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penguji peneliti. Terima kasih sudah mau memberikan saran serta kritikan yang membangun untuk peneliti sehingga skripsi ini dapat mengalami perbaikan.
6. Soekaryono, S.T., selaku *Head of Public Affair* PT. Campina *Ice Cream Industry*. Terima kasih atas kerjasamanya karena sudah mau meluangkan waktu untuk menjadi narasumber penelitian dan memberikan banyak informasi yang peneliti butuhkan.
7. Seluruh warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya. Terima kasih sudah mau meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian dan membantu peneliti untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan.
8. Seluruh dosen dan *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan selama proses perkuliahan berlangsung.
9. Candy: Rebecca Martha, Yovita Marsha, dan Ellysabet Kurniawati. Terima kasih telah menjadi sahabat peneliti yang memberikan banyak bantuan, hiburan, serta *support* kepada peneliti. Terima kasih sudah selalu ada dan menemani hingga di saat peneliti mengalami titik terendah.

10. Kevin Reinhart Tandojo dan Christian Budi Santoso selaku sosok-sosok yang pernah singgah di dalam kehidupan peneliti selama peneliti menjalani proses perkuliahan. Terima kasih atas segala bantuan, *support*, maupun motivasi yang diberikan kepada peneliti. Terima kasih atas nilai kehidupan yang diberikan kepada peneliti selama ini sehingga peneliti dapat menjadi pribadi yang lebih baik dalam menjalani kehidupan.
11. Joshua Kirawan, Maria Clarissa, Richie Alfredo, Xena Maghfirlany, Bella Esperansa, dan Tommy William selaku teman curhat peneliti. Terima kasih sudah selalu siap menemani peneliti dalam keadaan apapun, sabar mendengarkan segala curhatan, dan keluh kesah peneliti saat menghadapi segala permasalahan. Terima kasih juga buat segala bantuan dan *support* yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman Fikomers segala angkatan yang tidak dapat peneliti sebutkan semua namanya. Terima kasih bantuannya atas segala aspek selama proses perkuliahan berlangsung.
13. Terima kasih kepada berbagai pihak yang sangat membantu peneliti namun tidak dapat peneliti sebutkan semua namanya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, besar harapan peneliti mendapatkan kritik dan saran atas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK.....	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	9
I.3. Tujuan Penelitian.....	9
I.4. Batasan Masalah.....	10
I.5. Manfaat Penelitian.....	10
I.5.1. Manfaat Teoritis.....	10
I.5.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
II.1. Kerangka Teori.....	12
II.1.1. <i>Public Relations</i>	12

II.1.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	14
II.1.3. <i>Corporate Image</i>	21
II.1.4. Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan <i>Corporate Image</i>	26
II.2. Nisbah Antar Konsep.....	27
II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	29
II.4. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
III.2. Metode.....	32
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	32
III.4. Definisi Konseptual.....	33
III.4.1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	33
III.4.2. <i>Corporate Image</i>	33
III.5. Definisi Operasional.....	34
III.5.1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	34
III.5.2. <i>Corporate Image</i>	37
III.6. Populasi dan Sampel.....	42
III.6.1. Populasi.....	42
III.6.2. Sampel.....	42
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	43
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	44
III.8.1. Jenis dan Sumber Data.....	44
III.8.2. Pengumpulan Data.....	45
III.8.3. Jenis Skala dan Skala Pengukuran.....	45
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	47
III.9.1. Uji Validitas.....	47

III.9.2. Uji Reliabilitas.....	48
III.10. Teknik Analisis Data.....	50
III.10.1. Analisis Korelasi.....	51
III.10.2. Analisis Regresi.....	52
III.10.3. Uji Signifikansi Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	55
IV.1.1. Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya.....	55
IV.1.2. Gambaran Umum Program CSR Kampung Jamur Tiram.....	57
IV.1.3. Profil Perusahaan PT. Campina <i>Ice Cream Industry</i>	61
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
IV.2.1. Uji Validitas.....	63
IV.2.2. Uji Reliabilitas.....	66
IV.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	67
IV.3.1. Analisis Tabel Frekuensi.....	67
IV.3.1.1. Identitas Responden.....	68
IV.3.1.1.1. Usia.....	68
IV.3.1.1.2. Jenis Kelamin.....	69
IV.3.1.1.3. Pendidikan Terakhir.....	70
IV.3.1.1.4. Pekerjaan.....	71
IV.3.1.1.5. Pengeluaran Per Bulan.....	72
IV.3.1.1.6. Organisasi.....	73
IV.3.1.2. Interval Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i>	74
IV.3.1.3. Deskripsi Variabel X (Pelaksanaan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Kampung Jamur Tiram oleh PT. Campina <i>Ice Cream Industry</i>).....	75
IV.3.1.3.1. <i>Profit</i> (Keuntungan).....	75

IV.3.1.3.2. <i>People</i> (Masyarakat).....	79
IV.3.1.3.3. <i>Planet</i> (Lingkungan).....	85
IV.3.1.3.4. Deskripsi Variabel X (<i>Corporate Social Responsibility</i>).....	92
IV.3.1.4. Interval Pengukuran <i>Corporate Image</i>	94
IV.3.1.5. Deskripsi Variabel Y (Pengukuran <i>Corporate Image</i> PT. Campina Ice Cream Industry).....	95
IV.3.1.5.1. <i>Primary Impression</i> (Kesan Utama)....	95
IV.3.1.5.2. <i>Familiarity</i> (Keterkenalan).....	98
IV.3.1.5.3. <i>Perception</i> (Persepsi).....	102
IV.3.1.5.4. <i>Preference</i> (Pilihan).....	106
IV.3.1.5.6. <i>Position</i> (Posisi).....	110
IV.3.1.5.7. Deskripsi Hasil Variabel Y (<i>Corporate Image</i>).....	113
IV.3.2. Analisis Data.....	115
IV.3.2.1. Analisis Korelasi.....	115
IV.3.2.2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	117
IV.3.2.3. Uji Signifikansi Hipotesis.....	118
IV.3.2.4. Pembahasan Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Corporate Image</i>	119
IV.3.3. Analisis Tabulasi Silang.....	122
IV.3.3.1. Analisis Tabulasi Silang <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan <i>Corporate Image</i>	122
IV.3.3.2. Analisis Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Corporate Image</i>	124
IV.3.3.2.1. Tabulasi Silang Antara Usia dengan <i>Corporate Image</i>	124
IV.3.3.2.2. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dengan <i>Corporate Image</i>	126

IV.3.3.2.3.Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir dengan <i>Corporate Image</i>	128
IV.3.3.2.4.Tabulasi Silang Antara Pekerjaan dengan <i>Corporate Image</i>	129
IV.3.3.2.5.Tabulasi Silang Antara Pengeluaran Per Bulan dengan <i>Corporate Image</i>	132
IV.3.3.2.6.Tabulasi Silang Antara Organisasi dengan <i>Corporate Image</i>	133
BAB V PENUTUP.....	136
V.1. Kesimpulan.....	136
V.2. Saran.....	138
V.2.1. Saran Akademis.....	138
V.2.2. Saran Praktis.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	139
LAMPIRAN.....	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Konsep “ <i>Triple Bottom Lines</i> ”	18
Gambar IV.1. Lumbung Jamur Tiram.....	59
Gambar IV.2. Kegiatan Demo Masak yang Diadakan oleh PT. Campina <i>Ice Cream Industry</i>	60
Gambar IV.3. Logo PT. Campina <i>Ice Cream Industry</i>	61

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1. Kerangka Konseptual.....	29
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1. Hasil Pengujian Validitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	64
Tabel IV.2. Hasil Pengujian Validitas <i>Corporate Image</i>	65
Tabel IV.3. Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	66
Tabel IV.4. Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Corporate Image</i>	67
Tabel IV.5. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel IV.6. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel IV.7. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
Tabel IV.8. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel IV.9. Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	72
Tabel IV.10. Identitas Responden Berdasarkan Organisasi.....	73
Tabel IV.11. Kategori Skor Interval <i>Corporate Social Responsibility</i>	74
Tabel IV.12. Deskripsi Indikator <i>Profit</i> Pada Variabel CSR.....	76
Tabel IV.13. Total <i>Profit</i> (Keuntungan).....	78
Tabel IV.14. Deskripsi Indikator <i>People</i> Pada Variabel CSR.....	79
Tabel IV.15. Total <i>People</i> (Masyarakat).....	84
Tabel IV.16. Deskripsi Indikator <i>Planet</i> Pada Variabel CSR.....	85
Tabel IV.17. Total <i>Planet</i> (Lingkungan).....	91
Tabel IV.18. Hasil CSR.....	92
Tabel IV.19. Kategori Skor Interval <i>Corporate Image</i>	94
Tabel IV.20. Deskripsi Indikator <i>Primary Impression</i> Pada Variabel <i>Corporate Image</i>	95
Tabel IV.21. Total <i>Primary Impression</i> (Kesan Utama)	97
Tabel IV.22. Deskripsi Indikator <i>Familiarity</i> Pada Variabel <i>Corporate Image</i>	99
Tabel IV.23. Total <i>Familiarity</i> (Keterkenalan)	101
Tabel IV.24. Deskripsi Indikator <i>Perception</i> Pada Variabel <i>Corporate Image</i> ...	103
Tabel IV.25. Total <i>Perception</i> (Persepsi).....	105

Tabel IV.26.Deskripsi Indikator <i>Preference</i> Pada Variabel <i>Corporate Image</i> ...	106
Tabel IV.27. Total <i>Preference</i> (Pilihan).....	109
Tabel IV.28.Deskripsi Indikator <i>Position</i> Pada Variabel <i>Corporate Image</i>	110
Tabel IV.29. Total <i>Position</i> (Posisi).....	112
Tabel IV.30. Hasil <i>Corporate Image</i>	113
Tabel IV.31. Korelasi CSR dengan <i>Corporate Image</i>	116
Tabel IV.32. <i>Coefficients</i> Regresi CSR terhadap <i>Corporate Image</i>	117
Tabel IV.33. Tabulasi Silang CSR dengan <i>Corporate Image</i>	122
Tabel IV.34. Tabulasi Silang Usia dengan <i>Corporate Image</i>	125
Tabel IV.35. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Corporate Image</i>	126
Tabel IV.36. Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan <i>Corporate Image</i> ...	128
Tabel IV.37. Tabulasi Silang Pekerjaan dengan <i>Corporate Image</i>	130
Tabel IV.38. Tabulasi Silang Pengeluaran Per Bulan dengan <i>Corporate Image</i> .	132
Tabel IV.39. Tabulasi Silang Organisasi dengan <i>Corporate Image</i>	133

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	144
Lampiran 2: Data Identitas Responden.....	150
Lampiran 3: Tabel Data.....	152
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas.....	158
Tabel Uji Validitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	158
Tabel Uji Reliabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	159
Tabel Uji Validitas <i>Corporate Image</i>	160
Tabel Uji Reliabilitas <i>Corporate Image</i>	162
Lampiran 5: Tabel Frekuensi.....	162
Tabel Frekuensi Identitas Responden.....	162
Tabel Frekuensi <i>Corporate Social Responsibility</i>	165
Tabel Frekuensi <i>Corporate Image</i>	166
Lampiran 6: Tabel Interval.....	169
Tabel Interval <i>Corporate Social Responsibility</i>	169
Tabel Interval <i>Corporate Image</i>	170
Lampiran 7: Analisis Data.....	171
Tabel Uji Korelasi.....	171
Tabel Uji Regresi Linier Sederhana.....	171
Lampiran 8: Tabulasi Silang.....	172
Tabulasi Silang Identitas Responden dengan <i>Corporate Image</i>	172
Tabulasi Silang <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan <i>Corporate Image</i>	175

ABSTRAK

Nanda Cynthia Lestari. NRP. 1423015071. Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Kampung Jamur Tiram terhadap *Corporate Image* PT. Campina *Ice Cream Industry* di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh program *corporate social responsibility* Kampung Jamur Tiram terhadap *corporate image* PT. Campina *Ice Cream Industry* pada masyarakat di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya. PT. Campina *Ice Cream Industry* merupakan perusahaan es krim terbesar di Indonesia. PT. Campina *Ice Cream Industry* tidak hanya ingin memiliki *corporate image* hanya sebagai perusahaan es krim biasa, namun sebagai *green company* dimana bisnisnya berlandaskan asas 3P (*profit, people, dan planet*), maka dari itu PT. Campina *Ice Cream Industry* mengembangkan CSR dalam bidang lingkungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatif yang kuesioner respondennya akan diukur menggunakan skala likert. Indikator pengukur CSR dalam penelitian ini adalah (*profit, people, dan planet*), sedangkan indikator pengukur *corporate image* dalam penelitian ini adalah *primary impression, familiarity, perception, preference* dan *position*. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang kuat antara program CSR Kampung Jamur Tiram dengan *corporate image* PT. Campina *Ice Cream Industry* yang artinya program CSR yang diuji berpengaruh terhadap *corporate image*. Hal ini dapat dijelaskan bahwa program CSR Kampung Jamur Tiram mendapatkan penilaian yang baik, maka *corporate image* PT. Campina *Ice Cream Industry* akan mendapatkan penilaian yang positif.

Kata Kunci: CSR, *Corporate Image*, Kampung Jamur Tiram

ABSTRACT

Nanda Cynthia Lestari. NRP. 1423015071. The Influence of Corporate Social Responsibility's Program Oyster Mushroom Village to PT. Campina Ice Cream Industry's Corporate Image at RW 10 Kelurahan Karah Surabaya.

This study aims to determine the influence of corporate social responsibility's program Oyster Mushroom Village to PT. Campina Ice Cream Industry's corporate image at RW 10 Kelurahan Karah Surabaya. PT. Campina Ice Cream Industry is the largest ice cream company in Indonesia. PT. Campina Ice Cream Industry does not only want to have a corporate image just as regular ice cream company, but as a green company where the business is based on the principle of 3P (profit, people and planet), therefore PT. Campina Ice Cream Industry developing CSR in the environmental field. This study uses a quantitative approach to the type of explanatory research. The method used in this study was a questionnaire survey explanatory method respondents will be measured using a likert scale. Indicators measuring CSR in this study were (profit, people, and planet), while the indicator measuring corporate image in this research is primary impression, familiarity, perception, preference, and position. The results of this study are there is a strong relationship between CSR's program Oyster Mushroom Village with PT. Campina Ice Cream Industry's corporate image, which means CSR program being tested an influence the corporate image. This can be explained that CSR's program Oyster Mushroom Village get good ratings, the PT. Campina Ice Cream Industry's corporate image will get a positive assessment.

Keywords: CSR, Corporate Image, Oyster Mushroom Village